

TRABAJO DE FIN DE GRADO

SITUACIÓN DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS EN ESPAÑA Y SU EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO
CURSO 2018-2019

AUTOR: JOSÉ CARLOS GÓMEZ MARTÍNEZ
TUTORA: INÉS MÉNDEZ MAJUELOS

VS
VIVELA**SUERTE**.es

Sports Bar & Salón de Jueg

Cruzcampo
CERVECERIA
TRIANA

EL COMPLEJO LAS APUESTAS

2 COPAS 6€
1 COPA 3,5€
SOPANOS
CROQUETS

COME
CON
MOSERAS
PIZZAS
MONTAÑAS
PASTAS
TORTILLAS
TORTAS

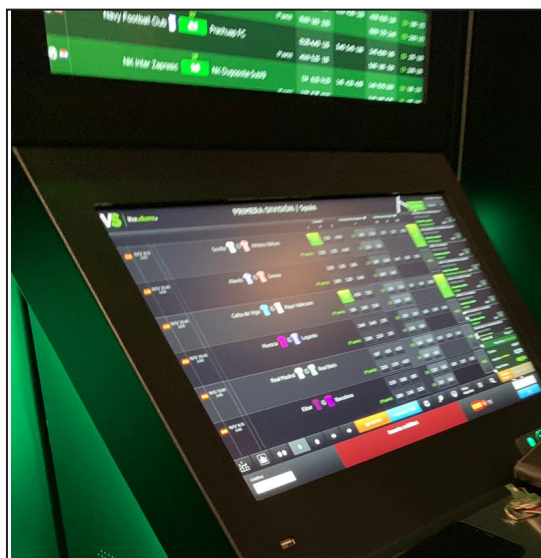


EL MUNDO DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS

Las apuestas deportivas han alcanzado recientemente su máximo histórico, habiéndose triplicado su actividad desde el año 2013 gracias, en parte, al juego en directo y provocando un gran aumento en los casos de ludopatía.

Por **JOSÉ CARLOS GÓMEZ.**

A mis dieciséis años de edad, cuando aún no era consciente de qué quería estudiar y mi mente seguía anclada en una clara adolescencia, realicé mi primera apuesta deportiva. No había oído hablar de ello hasta que, mi entrenador por aquel entonces, decidió comentarnos un sistema cuya finalidad era disfrutar y ganar dinero. Nada podía fallar, sin embargo, casualmente acabaría descubriendo que este obtenía una comisión por cada nuevo cliente que captara para Leaderbet, nombre por el que se conoce a dicha casa de apuestas. No le hizo falta mucho tiempo para convencer a un grupo de veinte adolescentes que, bajo ese lema, veían una opción fácil para poder aumentar su paga mensual. Seis años después, soy consciente del daño que podía haberme ocasionado dicha persona, y sobre todo, del daño que ha ocasionado a alguno de mis compañeros.



Seis años después, las casas de apuestas no son un gran desconocido como lo eran entonces, y no hace falta tanto encubrimiento para que un niño de quince o dieciséis años conozca este tipo de locales y, sobre todo, para que pueda apostar sin necesidad de falsificar un documento de identidad. Un lustro después de mi primera acción, el mundo de las apuestas deportivas se ha disparado de forma exacerbada. Los anuncios publicitarios se disparan, prácticamente todos los equipos de fútbol –a excepción de la Real Sociedad en la Liga BBVA– son patrocinados por una empresa de juegos de azar y la situación ha llegado a un punto de normalización que alcanza límites extremos.

Son varios los factores que han condicionado este aumento de ingresos por parte de las empresas, así como el aumento en el número de jugadores. Sin embargo, la mayoría de las personas de a pie coinciden en que la publicidad se ha convertido en el enemigo número uno de aquellos que están en contra de estas casas. Los principios éticos bajo los que debe regirse la publicidad han desaparecido del mapa, y las principales personalidades del mundo de la televisión se han visto cegadas por las increíbles cantidades de dinero que los medios de comunicación y los anunciantes les han ofrecido, sin pensar en el problema que pueden llegar a ocasionar y que se han convertido en cómplices directos del dolor de muchas familias.

Quizá sea este uno de los factores que alimentan el número de jugadores día tras día, la inconsciencia por parte de aquellos que promocionan la ludopatía y por parte de aquellos que acceden a los locales como si de un juego se tratara. Si hablásemos en inglés, podríamos decir que la palabra juego de azar se trata de un “falsefriend”, porque esta adicción tiene poco de juego. Y, si acaso existiera alguna relación, esta viene por el hecho de que realmente pones en juego tu dinero, tu familia, y en conclusión, toda tu vida.

Hoy en día, el tratamiento de las casas de apuestas está tan normalizado que, incluso varias páginas web han llegado a hacer de ellas una competición, instando a los apostantes a obedecer a aquellos profesionales o tísters y depositando dinero en el negocio. Así, podemos comprobar cómo el portal de apuestas LegalBet ofrece consejo a través de Borja Pardo, CEO en Sphera Sports y periodista deportivo, de Julio Salinas, conocido exjugador de fútbol profesional entre los años 80-90 y de numerosos expertos diferenciados por distintas especialidades deportivas para poder publicitarse.

Llama la atención que, en pleno auge de protestas por la gran influencia de locales de apuestas deportivas en toda España, Sevilla –una de las ciudades que no tenía le-

galidad para poder realizar apuestas de este tipo, aunque sí existieran máquinas tragaperras y ruletas– aprobara un decreto para poder comenzar a desarrollar este negocio en la ciudad.

Así, a finales del año 2017 la Junta de Andalucía aprobaba el reglamento de apuestas deportivas y de competición para Andalucía. ¿Cuál fue uno de los principales motivos de esta aprobación? El hecho de que se produjese un aumento de los ingresos tributarios. La norma estableció que, tanto la autorización de las empresas de apuestas como su publicidad y los sistemas y equipos informáticos corresponde a la Dirección General de Patrimonio de la Junta. Las delegaciones provinciales, por su parte, son las responsables de autorizar la instalación de terminales físicos en salones, bingos, casinos y tiendas de apuestas, así como de las labores de inspección presencial. Si bien, fuera del ámbito de aplicación quedan las apuestas hípcas, que disponen de un reglamento específico en vigor desde 1995. No obstante, el nuevo decreto afirmaba que se exigirían los mismos requisitos y condiciones técnicas cuando se utilizan medios o sistemas electrónicos, interactivos o de comunicación a distancia para su formalización.

Tan sólo un año y medio después, las casas de apuestas se han multiplicado en la capital andaluza, hasta el punto de ver cómo en una

misma calle pueden encontrarse hasta tres locales de este tipo de distinta compañía. Así, según vemos en el mapa, podemos encontrar ocho locales Sportium en la localidad andaluza.

Las casas de apuestas están al alcance de cualquier persona por medio de la televisión, siendo cada vez personas más jóvenes –entre ellos menores de edad– los que son captados a través de este medio. No son conscientes del peligro que les acecha y del mundo al que están entrando, por ello, no sólo es necesaria la erradicación de este aumento de la publicidad, sino que también se hace inevitable dar voz a los testimonios de personas que han sufrido este problema y que han visto cómo el camino hacia la salida se les hacía cada vez más cuesta arriba.

Según advierte José Jiménez, presidente de la Asociación sevillana de jugadores en rehabilitación (ASEJER), la edad media del jugador ha bajado quince años en tan sólo un lustro. Así, la mayoría de las personas adictas a los juegos online son jóvenes de entre veinte y treinta y cinco años

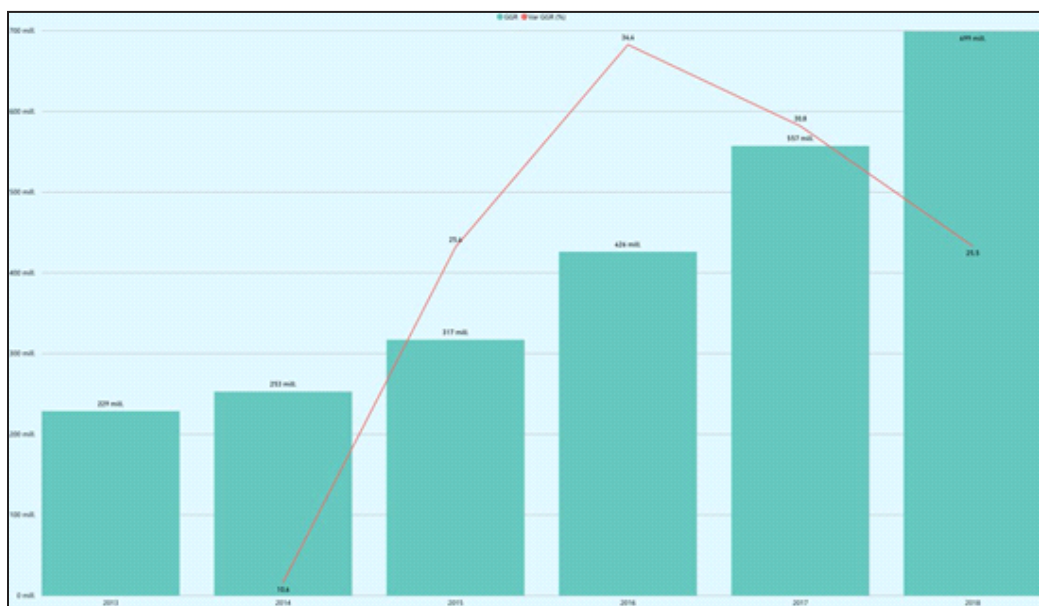


Gráfico estadístico en cuanto al crecimiento del número de jugadores / Hugo Sáez



Juan Gayá, típster profesional, durante una retransmisión para Radio Marca./ @Juangayasalom

con nivel académico universitario y que buscan mejorar su situación económica de una manera rápida y “sencilla”.

La revolución tecnológica está permitiendo que los jóvenes tengan acceso al mundo del juego de una manera fácil, rápida y anónima, donde las apuestas, el entretenimiento y ganar “dinero fácil” son las principales motivaciones. El presidente de ASEJER asegura que los jóvenes son carne de cañón para la publicidad subliminal que bombardea la televisión y la radio, sobre todo en los partidos de fútbol, aunque también en otros deportes, y tienen un arma muy peligrosa en sus móviles en el salón de sus casas mientras que los padres no saben lo que están haciendo. Te venden el producto como dinero fácil, pasando por alto las dificultades que pasan aquellos que entran en la adicción y los puntos flacos de esta perversa patía.

Así, en los anuncios de los partidos televisados en Bein Sport, el narrador del encuentro “aprovecha” el descanso para publicitar los mercados de casas de apuestas, quienes pagan auténticas millonadas para seguir dándose a conocer entre los más jóvenes.

Por otro lado, las casas de apuestas utilizan rostros conocidos para promocionarse en televisión, y así asociar este negocio al éxito. De este modo, numerosos personajes conocidos como los futbolistas Marco Asensio, Lucas Vázquez y Dani Carvajal, o el presentador televisivo Carlos Sobera han sido protagonistas de

campañas publicitarias en los últimos años.

De hecho, hasta gran parte de los periodistas deportivos llegan a “venderse” a las casas de apuestas con tal de obtener ingresos en publicidad por parte de las mismas. Así, podemos ver un ejemplo en Julio Maldonado “Maldini”, considerado como uno de los mejores periodistas deportivos del país así como uno de los más influyentes, del que observamos que tras abrirse un canal de YouTube ha decidido abrir los ví-

“LA GENTE QUIERE TODO DE FORMA RÁPIDA Y VE EN LAS APUESTAS UNA FORMA SENCILA DE GANAR DINERO”

deos realizados con publicidad de casas de apuestas como Betfair.

El fenómeno de las casas de apuestas y de las apuestas deportivas debe dejar de verse como un juego de azar, puesto que, a pesar de que para un pequeño porcentaje de la población pueda tratarse realmente de un ocio, para la inmensa mayoría se trata de una enfermedad que exige de terapia y de rehabilitación para poder ser superadas. Por ello, al igual que otras adicciones como el alcohol o las drogas, exigen de un terapeuta que te ayude a esquivar esa trampa en la que has caído. Si bien, a diferencia de otras adicciones, al no devenir en problemas físicos, el Estado no asume su tratamiento.

El típster

El fenómeno típster puede pasar desapercibido aún para la mayoría de la gente, puesto que sólo aquellos que se hayan adentrado en el mundo de las apuestas deportivas conocerán de qué se trata y quiénes son esta serie de personas. Si buscamos una definición del fenómeno típster nos aparece lo siguiente: “un típster es un pronosticador que realiza análisis de distintos eventos deportivos y localiza cuotas con valor en ellos. Generalmente,

suele ser un apostante ganador a largo plazo, cuyas estadísticas son su aval de cara al público”. Así

pues, como observamos, podríamos definir al típster como aquella persona que, a través del estudio del mercado de apuestas deportivas encuentra la forma de obtener beneficio, y por ende de ganarse la vida. Por tanto, se trata de una de las principales personas involucradas –aunque indirectamente– en el negocio de las apuestas deportivas.

El documental realizado por Televisión Española, y en concreto por el programa ‘Comando Actualidad’, encontramos una de las principales fuentes de elaboración de nuestro Trabajo de Investigación, puesto que una vez finalizado el visionado del documental observé que la línea de trabajo propuesta y diseñada por el principal

protagonista del reportaje era la misma que había trazado yo, es decir, obtener parte por parte las distintas ramas que rigen las apuestas deportivas y llegar a una conclusión final acerca del grado de daño que pueden ocasionar.

De este modo, dicho documental comienza viajando hasta Mallorca, donde conocerán a Juan Gayá, uno de los más conocidos típster en España y en el mundo, quien ha encontrado una forma de obtener dinero no sólo reali-

zando apuestas, sino a través de la publicidad de las casas de apuestas, de su aportación a los medios de comunicación y de la aportación de todos aquellos que hayan contratado su servicio.

Así, observamos que su actitud –un poco chulesca– denota que no está a favor de ningún tipo de regulación en este ámbito, puesto que al fin y al cabo él es uno de las pocas personas que obtienen beneficio de esta “trama”.

Gayá afirma conocer más de fútbol que el resto de las personas, motivo suficiente para poner en riesgo la economía de las personas que están dentro de su canal. Asimismo, no lo hace sólo, sino que “el comando Gayá” funciona en equipo, contando con la ayuda de otros “expertos” como Jordi, exjugador de baloncesto que se encarga de aconsejar apuestas de este deporte mediante el canal, llegando a un acuerdo con Gayá. Este se define como bróker de las apuestas online, sin embargo, en el reportaje se deja entrever que no cuenta con tanta seguridad como pueda afirmar. “Si crees que vas a ganar siempre, deja de apostar”, reza en la entrevista tras pasar apuros para ganar unos 2000 euros en el encuentro de Copa del Rey entre el Real Betis y el Espanyol. El mallorquín afirma que todas las jugadas que va realizando están a la vista bajo su base de estadísticas, si bien, queda en entredicho cuando reconoce que comenzó a hacerlo a partir del año 2018.

A pesar de todo, en los últimos años el mundo de las apuestas se ha ligado cada vez más al de los medios de comunicación. Así, Juan Gayá fichó el pasado año por Radio Marca, con quien colabora como típster profesional, y de quien afirman ser una pieza indispensable en cualquier medio de comunicación en la actualidad.

Si nuestro objetivo era desgranar parte por parte el fenómeno de las apuestas deportivas comenzando por el típster, era evidente que teníamos que obtener una fuente de primera mano. Alfonso Martínez comenzó su andadura en el mundo de las apuestas a los diecisiete años. Como muchos, fue un familiar quien le indicó la existencia de estas y quien le incitó a

“ganar dinero de forma sencilla”. A los veintidós años ya era un profesional de las apuestas deportivas, llegando a ser típster profesional hasta hace dos años, donde tras una mala racha extendida a lo largo del tiempo, decidió dejar de apostar y de obtener ingresos de las apuestas deportivas. En palabras de Alfonso, uno de los

TAN SÓLO UN PORCENTAJE DE UN 2% DE LA POBLACIÓN OBTIENE BENEFICIOS DE ESTE JUEGO

principales consejos que puede aportar a aquellas personas que apuestan es que no nieguen la necesidad de que se pueda convertir en un problema, puesto que será entonces cuando lo tengas de verdad.

El fenómeno típster ha vivido de cerca la evolución de las casas de apuestas, puesto que cuando él comenzó a apostar las casas de apuestas aún no habían vivido su esplendor y desarrollo. A partir de 2016, este mundillo vivió un salto de grandes magnitudes, hecho por el cual es más difícil obtener “un nombre” hoy en día. Asimismo, afirma que en la actualidad hay mucha estafa, por lo que actualmente resulta muy complicado hacerte hueco en el mundo típster.

Alfonso cuenta que, el principal problema que tiene la gente es creer que el mundo de las apuestas es algo sencillo, aunque esto se debe especialmente a la forma en la que las casas de apuestas –a través de la publicidad– venden el producto. La transparencia debe ser una de las máximas de este servicio. Todos aquellos que vayan a arriesgar su dinero y lo vayan a depositar en tu cuenta bancaria, deben saber cuáles son los datos y conocer al detalle cómo elaboras tus apuestas. Es cierto que el dinero que cada persona juegue debe ser algo privado, pero conocer los movimientos que realiza el típster debe ser una de las máximas de este negocio.

Hasta ciento treinta personas ha llegado a tener Alfonso Sánchez suscritas a su servicio mensual, provocando ingresos de más de dos mil euros al mes. Afirma que, el hecho de que cada vez existan más casas de apuestas y más publicidad en los medios de comunicación es un negocio rentable tanto para las casas de apuestas como para los medios de comunicación, donde el único que acaba perdiendo –en la mayoría de los casos– es el apostante. Si nos atenemos a las estadísticas, estas dicen que en España solamente gana un 2% de la gente, datos que llaman al lector a ser consciente del grave problema que supone una adicción de este tipo.

El principal afectado de este negocio es el joven, quien no es consciente de que la publicidad es engañosa al 100%, puesto

que nunca verás un anuncio de una casa de apuestas en el que te expongas que con ellos perderás el 98% de tu dinero. La publicidad te hace ver que es fácil, que todo el mundo es un ganador, sin embargo, esto no es así.

El modelo de negocio del típster es doble, puesto que al hecho de ganar dinero haciendo las apuestas con valor que descubre, también obtiene ingresos extra compartiendo sus tips con sus suscriptores. El típster suele estar especializado en un deporte concreto o incluso en una competición específica, siendo algo anormal que exista un típster que obtenga resultados igual de buenos en distintos deportes.

Asimismo, podemos encontrar dos tipos de grupos de típster, los grupos free y los grupos Premium. Como su propio nombre indica, el grupo free es aquel que ofrece sus pronósticos de forma gratuita, siendo el previo paso a convertirse en típster Premium, quienes dan sus recomendaciones a cambio del pago de una suscripción mensual. El típster free comienza dando sus recomendaciones de forma gratuita con el objetivo de darse a conocer, y una vez que lo haya hecho poder obtener beneficios de ello.

El auge de las redes sociales y de la web 2.0 ha provocado que el nivel de típsters en España se incremente y que –



como consecuencia– el número de apostantes también. A través de aplicaciones como Telegram o de redes sociales como Facebook y Twitter, los típster de pago publican sus gráficos de resultados o apuestas anteriores acertadas a la vez que dan a conocer sus ofertas y promociones. Por otro lado, muchos típsters disponen de blogs personales, utilizados como centro de operaciones de su trabajo. Allí publican sus tips, sus beneficios así como sus resultados. Es el caso de Alfonso Martínez, quien a través de FApuestas proporcionaba sus datos y estadísticas para que todo aquel que quisiera reserva una sus-



Carlos Sobera se ha convertido uno de los rostros mediáticos más criticados de la televisión por hacer propaganda de la casa de apuestas 888Sport. De hecho, el anuncio fue tachado de una agresividad desmesurada, por lo que la compañía se vio obligada a retirarlo. Imagen extraída de Twitter.

y de ser fuerte psicológicamente, lo pasarás realmente mal.

El amaño, cómplice del deportista

Artificio o truco que permite hacer algo mejor o con menos esfuerzo, o en el caso de las apuestas deportivas, con la finalidad de obtener cuantías ingentes de dinero. Esta es la definición de amaño, una trama que en el ámbito del deporte, y de las apuestas deportivas, ha sido un artífice presente desde su creación. Así, varios son los partidos o encuentros que han suscitado revuelo, como el Zaragoza - Levante, que llevó a juicio a jugadores de renombre como Ánder Herrera o Gabi o el FC Barcelona "B" - Eldense, en el que todos sentimos compasión del equipo alicantino tras su derrota por 12-0 hasta que, pasados tres meses, se abrió una investigación contra varios de los jugadores y el presidente del club por un presunto amaño.

Como podemos comprobar en el documental realizado por Comando Actualidad, la policía sabe de la existencia de numerosas mafias cuya principal finalidad es sacar tajada de los encuentros deportivos, especialmente de tenis, y aprovecharse de aquellos jugadores 'amateurs' que no sacan suficiente beneficio con sus dotes tenísticas para extorsionarlos. Algo que, aparte de denigrar a aquellos apostantes que, irregularmente, sacan partido de las apuestas deportivas, ha denigrado el sector deportivo, dando lugar a que muchas personas sean reacias a continuar siguiendo un deporte corrompido.

Es muy fácil sacar conclusiones e indicios de la trata de amañeos en las apuestas deportivas sin tener rigor acerca de este asunto. Sin embargo, gracias a una de las personas que prestó a entrevistarse, he podido conocer de primera mano que se trata de algo real, y que, para sorpresa de muchos, esta cuestión no sólo afecta a ligas menores, sino que profesionales de la Primera División de Fútbol Español han sido partícipes en tramas como esta. Así, pude comprobar conversaciones vía whatsapp (que fueron acompañadas de llamadas telefónicas a las que no pude tener acceso) cómo el jugador J. O., por aquel entonces en el Málaga C.F., estuvo ligado a la realización de una apuesta por valor de 25.000 euros para su propio beneficio, motivo por el cual estuvo apartado durante varias semanas por su entrenador, si bien, no tuvo consecuencias legales.

De este modo comprobamos que, hasta el fútbol profesional que tiene a millones de personas pegadas al televisor o pagando más de cien euros por entrada, trata de engañar al espectador. Si en la Liga BBVA encontramos casos de este tipo, ¿qué no encontraremos en categorías inferiores? En los últimos días hemos podido comprobar cómo la trata de amañeos en casos de apuestas deportivas es uno de los ámbitos



cripción para el canal fuera consciente de la manera de trabajar de este.

Según afirma Alfonso Martínez, no todo el mundo está capacitada para apostar. De hecho, el número de personas que están capacitadas para ello es muy bajo. Para él, tan sólo hay dos grupos de personas capacitadas para apostar: ese 2 o 3% de personas que realmente gana dinero apostando y el que lo toma como ocio, pero siendo consciente siempre de que es eso, ocio, si bien ese grupo es pequeño. Está más que demostrado que una muestra de doscientos o trescientos datos no es significativa, por lo que tienes que valorar mil o dos mil datos para poder evaluar tus resultados. Un típster siempre va a tener rachas buenas y malas, si no eres capaz de gestionar

de actualidad, viéndose perjudicado un equipo y una ciudad. Tomelloso y Villacañas luchaban por seguir en la Tercera División del fútbol español. Así, días antes del partido, el Tomelloso se pone en contacto con la RFEF para comentarle que tiene indicios de un posible amañeo. Por consiguiente, la Guardia Civil entró en acción, asistió al encuentro y tras verlo, insta al presidente del club ciudadrealeño a declarar en comisaría.

La denuncia se sostiene a través de una conversación vía WhatsApp entre dos jugadores de ambos equipos, quienes un año antes habían compartido vestuario en el Atlético Ibañés. Así, la RFEF ha comunicado a diferentes medios de comunicación que la denuncia tiene mucho fundamento, por lo que el caso será llevado a los tribunales a la espera de una sentencia.

Las apuestas deportivas, vistas desde la psicología

Héctor Sanjuán es licenciado por la Universidad de Sevilla en Psicología desde el año 2011, a la vez que ha estado tratando el tema de la ludopatía y de las adicciones desde ese mismo año, aunque sólo lo ha hecho de forma remunerada desde el año 2013. Para alguien como él que, ha podido vivir la adicción a las apuestas deportivas y a todo tipo de juegos de azar en los últimos años, es de extrema relevancia la difusión que se puede observar de este tipo de juegos, a la que achaca gran parte de la culpa. Su grupo de terapia ha trabajado en los últimos meses con chicos jóvenes que, según él, han desarrollado un gran abuso de este tipo de juego. Actualmente, pocos son los adolescentes que desconocen qué es una casa de apuestas o una apuesta deportiva, habiendo observado una amplia disminución en la edad de comienzo de los jóvenes a jugar, llegando a conocer niños de trece años que han apostado o niños de quince que entran –de manera habitual– en salones de juego.

Sanjuán culpabiliza –en gran parte– a la sociedad en la que vivimos actualmente, donde los padres pasan demasiado tiempo trabajando, descuidando las actividades que sus hijos hacen o dejan de hacer o despreocupándose, quizá, de aquellas en las que no ven un peligro, como puede ser la adicción a los juegos de azar o la adicción a los videojuegos. Asimismo, bajo su punto de vista, nos encontramos en una sociedad en la que los adolescentes están mucho más perdidos que hace años, puesto que estamos en una sociedad conocida como la “sociedad de la información”. Así, los adolescentes tienen de todo, pero la variedad de personas que no saben elegir potencia la confusión. Hoy en día, muchos adolescentes no saben qué hacer con su vida, prueban una apuesta y acaban enganchándose. Dejarle un teléfono a un niño que no es responsable es práctica-

mente semejante a dejarle un arma nuclear.

El ‘modus operandi’ de las casas de apuestas es otra de las virtudes y de las formas de captación que utilizan a menudo los grandes magnates del azar. Nos encontramos con una sociedad en la que, la gente, quiere las cosas muy rápido, siendo las apuestas una forma sencilla de obtener dinero. Sanjuán expone, de este modo, el caso de uno de sus pacientes, quien se adentró en el mundo de las apuestas deportivas ante la falta de trabajo y la necesidad de obtener dinero fácil y rápido. Algo que, por desgracia, tan sólo le generó más pérdidas y, como consecuencia, una serie de deudas. Una de las mayores preocupaciones entre los padres y, en general, entre el conjunto de la sociedad es la proliferación del juego entre los adolescentes y jóvenes, especialmente entre los menores de edad. Así, según el psicólogo, las principales características del juego son las que hacen que proliferen entre los adolescentes. Dinero fácil, poco esfuerzo, omnipresencia continua, etc. Además, nos encontramos en una sociedad egoísta en la que los adolescentes se ven adultos, y donde la progresión a la vida adulta está coartada. Él, a diferencia de otros de los psicólogos consultados de cara a la elaboración del reportaje, no considera a las apuestas deportivas como “la droga del siglo XXI”, sino que, de este modo, define a la adicción a las nuevas tecnologías, dentro de la cual se encuentra la adicción a las apuestas. Para referirse a ella prefiere hacerlo como “esa vieja conocida que ahora está en el bolsillo”.

Una de las grandes diferencias entre esta adicción y la adicción a las drogas o el alcohol es la dificultad que encuentran las familias para constatar que su hijo tiene un problema. Cuando esta se entera, quizá sea demasiado tarde. En otras adicciones como el alcohol o la droga, tu familia va viéndolo, sin embargo, si el ludópata va controlando el gasto y encadenando una red de mentiras para ir ocultando su problema.

La adicción a las apuestas, aunque no tiene por qué, puede estar relacionado con otras adicciones tales como el alcohol, las drogas o las nuevas tecnologías. Conocida como poliadicción, muchas de estas personas necesitan tomar drogas para poder salir de esa sensación de decepción, puesto que dejas de ser consciente del problema que tienes. Asimismo, hay mucho más abuso de cocaína y de alcohol que de sustancias relajantes como puede ser el cannabis. Salen, beben y mientras van bebiendo van jugando. Aunque, como decimos, no se trata de una condición sine qua. Hay personas que son adictos al juego pero no a ninguna droga, aunque también es cierto que muchas personas desarrollan cierta dependencia al robo como medio

para obtener dinero y poder seguir apostando.

Uno de los aspectos tratados por Jerónimo Sáiz y Ángela Ibáñez en el libro “La ludopatía: una ‘nueva’ enfermedad” es la posibilidad de que una persona ludópata tenga un gran porcentaje de opciones de que su hijo nazca con el mismo problema. Así, en los jugadores patológicos se ha señalado una mayor incidencia de antecedentes familiares de ludopatía, que oscila alrededor del 20% en familiares de primer grado, en relación con los datos sobre población general.

Lesieur, psicólogo experto en juego patológico, encontró un 18% de ludópatas entre los familiares de primer grado de cincuenta jugadoras patológicas. Por otro lado, en una muestra de cuarenta y seis ludópatas de ambos sexos, el 22% tenía antecedentes familiares de ludopatía.

Los autores del libro coinciden con Héctor Sanjuán en que, la aparición conjunta o secuencial de la ludopatía y otros trastornos adictivos se ha intentado explicar desde distintas perspectivas, observándose

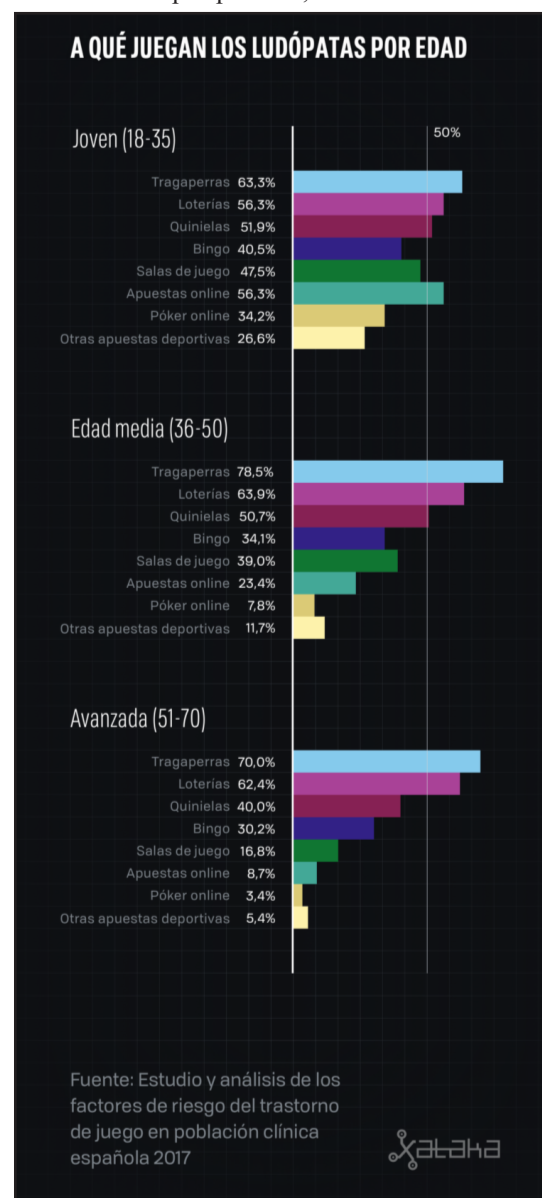


Gráfico estadístico sobre el tipo de juego por edad / Xataka



Imagen de la Estación de autobuses Méndez Álvaro / José Carlos Gómez

que la implicación en conductas patológicas de juego puede desencadenar o acelerar un abuso de sustancias.

Según afirma uno de los mejores especialistas en psicología de la provincia de Murcia en el reportaje de Comando Actualidad, en Televisión Española, desde el año 2011 aproximadamente se ha producido un cambio en el perfil del jugador a través de la instauración de la regulación del juego. Si bien, no se puede culpabilizar de todo a la publicidad y al aumento de las casas de apuestas, puesto que están disponibles para todos y no todos caen en las garras de la tentación. Por otro lado, el hecho de que los jóvenes sean más propensos al juego es achacado al hecho de que, hasta los veintidós años de edad, el control de la impulsividad no está formado, de modo que la población joven es mucho más vulnerable que una persona con más de veintidós años. Algo similar a lo que afirma Héctor Sanjuán, puesto que la indecisión de los jóvenes que no han sabido escoger un camino correcto para orientar sus vías provoca que caigan en terrenos “pantanosos”.

Bayta Díaz es otra de las más conocidas expertas en psicología de adicciones y, más explícitamente, de apuestas deportivas en España. Licenciada en psicología, afirma que existe una relación intrínseca entre la necesidad de los adolescentes de

obtener dinero. “Si mi padre me da diez euros, ¿por qué voy a decir que no a poder duplicar esa cifra? Además, está comprobado que cuanto más tenga, más voy a querer, por lo que por mucho dinero que un padre administre a su hijo de cara a la paga semanal o mensual, este siempre va

“PODER JUGAR EN CUALQUIER LADO GRACIAS A LOS SMARTPHONES HA INFLUIDO EN EL CRECIMIENTO”

a intentar duplicar o triplicar esa cifra. Sin embargo, lo que suele ocurrir es que ese joven se queda semana a semana sin paga o que, en su defecto, acabe acarreando deudas que cada vez se harán más grandes.

Como venimos comprobando a lo largo de los últimos años, las casas de apuestas jamás van a perder. Es decir, no van a ofertar un producto –al igual que cualquier otro negocio– para no obtener beneficio. Es cierto que, una pequeña minoría (alrededor del 1% o 2% de la población) puede obtener beneficio de este juego, si bien, para ello necesitas muchos conocimientos y una mente que te permite tener autocontrol. Sin embargo, son pocas las personas, como decimos, capaces de ponerse un límite a la hora de apostar, ya sea diariamente, semanalmente o mensualmente.

Por otro lado, son pocos los que tienen la capacidad para saber cuándo retirarse a tiempo y para saber cuándo debes dejar de apostar. Quizá cuando lo dejes sea demasiado tarde. Por todo ello, hemos constatado que la psicología es uno de los factores claves para hacer de las apuestas

deportivas una verdadera actividad ociosa pero que, lamentablemente, se encuentra al alcance de un

porcentaje de personas muy reducido.

Autorregulación

Como venimos comentando anteriormente, muy pocas son las personas capaces de tener autocontrol para poder dejar por completo el mundo de la ludopatía. Una de las medidas que tomaron las casas de apuestas fue la de exponer el principio de autorregulación. Según este principio, una persona puede declararse “persona non grata” en un salón de apuestas con la principal finalidad de dejar las apuestas. De este modo, siempre que dicha persona (autorregulada) tuviese intención de entrar en un salón de apuestas para realizar operaciones, debería serle suspendida la entrada. Es decir, para ejemplificar, es como esa persona adicta al alcohol al que el camarero tiene prohibido servirle bebida al-

cohólica. En principio, podría tratarse de una medida efectiva, sobre todo hace unos años, cuando eran pocas las casas de apuestas que nos podíamos encontrar, teniendo que recorrer varios kilómetros y quizá, vernos obligados a coger el coche para encontrarnos con una. De este modo, si en la casa de apuestas más cercana a tu casa no eras bien recibido, podrías disminuir esa necesidad de apostar, quizá por la falta de ganas de desplazarte hasta otro punto.

Sin embargo, en la actualidad las casas de apuestas nos han invadido por completo. No sólo tenemos cifras tan escandalosas como la de encontrarnos en algunas avenidas de Madrid hasta diez casas de apuestas en tan sólo ciento cincuenta metros, sino que éstas tienen servicio online y podemos dar rienda suelta a nuestra adicción desde casa. Por ello, a pesar de que una persona haya pedido estar auto-prohibida en cierto local, puede asistir a otro en el que no lo haya hecho con tan sólo andar dos o tres minutos.

Quizá sea esta una de las razones por las cuales muchos de los locales de España no respetan la decisión de esa persona que ha decidido dejar de jugar. Es posible que piensen que, si esa persona se ha prestado a volver al juego es porque, como persona adulta y responsable de sus actos, he elegido que prefiera seguir apostando y jugándose no sólo su dinero, sino el de su familia. Pero, posiblemente los dueños de estos locales olviden que hablamos de personas enfermas, que no tienen realmente control de sus actos y que podrían aprovechar cualquier momento de debilidad para recaer. Si bien, como decimos, son muchas las casas de apuestas que deciden pasar por alto o bien que, no llevan realmente controlado quién ha pedido este principio de autorregulación (quizá porque lo hiciera hace muchos años y el local haya cambiado de dueño y de trabajadores) y que permite que cualquier persona acceda a su local. Si bien, también es cierto que las fuerzas del Estado dejan pasar por alto estas incidencias, algo que no ayuda a la regulación y al cumplimiento de la norma.

Legislación en España acerca del juego

Durante muchos años, el régimen jurídico del juego ha sufrido pocos cambios. Sin embargo, recientemente, como consecuencia de la irrupción de las apuestas y juegos a través de Internet y al verse superados los límites territoriales de las relaciones comerciales tradicionales, la doctrina del Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha señalado la necesidad de establecer una oferta dimensionada de juego. Asimismo, en paralelo a este proceso de cambio, han aparecido nuevos operadores en el mercado del juego para los que la normativa vigente no ofrece una

respuesta regulatoria adecuada. Según afirma el BOE, en cumplimiento y desarrollo del mandato previsto en la ya citada Disposición adicional vigésima de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información y a los efectos de controlar las actividades de juego de ámbito estatal, especialmente si se realizan a través de medios electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos, ha sido necesario establecer un sistema de planificación y acceso al desarrollo de la actividad, determinar las competencias estatales y en materia de regulación y control, y definir un régimen de infracciones y sanciones que garantice la efectividad del marco regulatorio.

Dentro del objeto definido en el artículo anterior se incluyen en el ámbito de apli-

zas, esto es, las realizadas por las personas físicas o jurídicas radicadas fuera de España que organicen u ofrezcan actividades de juegos a residentes en España.

De este modo, queda prohibida toda actividad relacionado con la organización, explotación y desarrollo de los juegos objeto de esta Ley que, por su naturaleza o por razón del objeto sobre el que versen:

- Atenten contra la dignidad de las personas, el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, contra los derechos de la juventud y de la infancia o contra cualquier derecho o libertad reconocido constitucionalmente.

- Se fundamenten en la comisión de delitos, faltas o infracciones administrativas.

- Recaigan sobre eventos prohibidos por la legislación vigente.

Por otro lado, otro de los puntos tratados



Gráfico estadístico acerca del tipo de problema que padece el jugador español en 2019 / DGOJ

cación de esta Ley las siguientes actividades de juego cuando la actividad desarrollada tenga ámbito estatal:

- Las actividades de juego de loterías, apuestas y otras cualesquiera, en las que se arriesguen cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables en cualquier forma, sobre resultados futuros e inciertos, y que permitan su transferencia entre los participantes, con independencia de que predomine en ellos el grado de destreza de los jugadores o sean exclusiva o fundamentalmente de suerte, envite o azar.

- Las rifas y concursos, en los que la participación se realiza mediante una contraprestación económica.

- Los juegos de carácter ocasional, que se diferencian del resto de los juegos previstos en los apartados anteriores por su carácter esporádico.

- Las actividades de juego transfronteri-

por la legislación es la prohibición de la participación en los juegos objeto de esta Ley a:

- Los menores de edad y los incapacitados legalmente o por resolución judicial, de acuerdo con lo que establezca la normativa civil.

- Las personas que voluntariamente hubieren solicitado que les sea prohibido el acceso al juego o que lo tengan prohibido por resolución judicial firme.

- Los accionistas, propietarios, partícipes o titulares significativos del operador de juego, su personal directivo y empleados directamente involucrados en el desarrollo de los juegos, así como sus cónyuges o personas con las que convivan, ascendientes y descendientes en primer grado, en los juegos que gestionen o exploten aquellos, con independencia de que la participación en los juegos, por parte de cualquiera de las anteriores, se

produzca de manera directa o indirecta, a través de terceras personas físicas o jurídicas.

- Los deportistas, entrenadores y otros participantes directos en el acontecimiento o actividad deportiva sobre la que se realiza la apuesta.

- Los directivos de las entidades deportivas participantes u organizadoras respecto del acontecimiento o actividad deportiva sobre la que se realiza la apuesta.

- Los jueces o árbitros que ejercen sus funciones en el acontecimiento o actividad deportiva sobre la que se realiza la apuesta, así como las personas que se re-

alidad o promoción de los operadores de juego, cuando se carezca de la correspondiente autorización para la realización de publicidad contenida en el título habilitante. El operador de juego deberá contar con el correspondiente título habilitante en el que se le autorice para el desarrollo de actividades de juego a través de programas emitidos en medios audiovisuales o publicados en medios de comunicación o páginas web, incluidas aquellas actividades de juego en las que el medio para acceder a un premio consista en la utilización de servicios de tarificación adicional prestados a través de llamadas telefónicas o basadas en el envío de mensajes. Es decir, queda prohibido emitir cualquier tipo de publicidad siempre que no se haya obtenido la autorización, si bien, rara vez ocurre esto.

- Cualquier entidad, red publicitaria, agencia de publicidad, prestador de servicios de comunicación audiovisual o electrónica, medio de comunicación o servicio de la sociedad de la información que difunda la publicidad y promoción directa o indirecta de juegos o de sus operadores, deberá constatar que quien solicite la inserción de los anuncios o reclamos publicitarios dispone del correspondiente título habilitante expedido por la autoridad encargada de la regulación del juego y que éste le autoriza para la realización de la publicidad solicitada, absteniéndose de su práctica si careciera de aquél. La autoridad encargada de la regulación del juego, a través de su página web, mantendrá actualizada y accesible la información sobre los operadores habilitados.

La normativa es diferente para cada comunidad autónoma dentro de España, por lo que dependiendo de una zona u otra se aplicarán ciertas restricciones o no. De este modo, el consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura aprobó el pasado mes de febrero el decreto ley de fomento del Juego Responsable, que establece una distancia mínima de trescientos metros de puerta a puerta entre los locales de apuesta y los centros educativos de la región.

Con esta nueva normativa, se modifica

la Ley de Juego de Extremadura de 1998 para abordar los problemas de ludopatía que pueden conllevar la proliferación de las casas de apuestas deportivas y el juego online, sobre todo entre los menores y los colectivos más vulnerables.

Sin duda, pocas personas podríamos encontrar como Juan Carlos Gil para hablar del aspecto legal de las empresas de apuestas deportivas en nuestro país. Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla, compagina su labor como profesor con su trabajo como abogado.

Gil se mostraba incrédulo cuando conoció la intención por parte de numerosos sectores de bloquear la publicidad de este tipo de negocio, afirmando que, a pesar de que la publicidad de alcohol y tabaco también se paralizó, se sigue vendiendo sin problema. “Si somos coherentes en una sociedad de libre mercado, entiendo que se atenta contra la libertad de expresión al intentar coartar la posibilidad de que existan determinadas empresas que no puedan anunciarse en cadenas de televisión”. Si bien, existe un factor diferencial entre el perjuicio ocasionado por el tabaco y el ocasionado por la ludopatía. Por regla general, el tabaquismo origina una serie de enfermedades no psíquicas, sino físicas, que tiene que asumir la seguridad social y que cuesta un dinero brutal a la sanidad pública. De este modo, eso es lo que hace el Estado: ve cuántos recursos recibe, cuánto le dedica a tratamientos de cáncer de pulmón provocados por tabaco y cuánto ganaríamos si eso no se diera, motivo por el cual hay una información muy agresiva en las cajetillas de tabaco y quizá no hay una advertencia tan grande en cada casa de apuestas.

Para Gil, en una sociedad plural y abierta es peligroso que el Estado decida qué actividades pueden publicitarse y cuáles no, siempre dentro de aquellas actividades legales del país. “Si apostar en España es legal y está regulado, las empresas pagan sus impuestos, etc., ¿por qué no van a poder publicitarse?”

En cuanto al diferente tratamiento en las diversas comunidades autónomas de España, Gil asume que, al estar transferidas las competencias del juego a las comunidades autónomas, son estas las que tienen la competencia para poder legislar al respecto, mientras que el Estado no puede invadir ese terreno. ¿Cuál es la única solución viable a este problema? La actuación del Estado poniendo un mínimo común para todas las comunidades autónomas y, a partir de ahí, cada comunidad podrá legislar en el ámbito de su competencia.

Es decir, el Estado no puede actuar de lleno en ámbitos que no son de su jurisprudencia, pero sí puede regular, en cierta medida, la libertad de cada comunidad autónoma.



suelvan los recursos contra las decisiones de aquellos.

- El Presidente, los consejeros y directores de la Comisión Nacional del Juego, así como a sus cónyuges o personas con las que convivan, ascendientes y descendientes en primer grado y a todo el personal de la Comisión Nacional del Juego que tengan atribuidas funciones de inspección y control en materia de juego.

- Cualesquiera otras personas que una norma pueda establecer.

En cuanto al principal tema que nos atañe en este aspecto, la publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego, la BOE dice lo siguiente:

- De conformidad con la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad, queda prohibida la publicidad, patrocinio o promoción, bajo cualquier forma, de los juegos de suerte, envite o azar y la publi-

La publicidad

El ámbito de la publicidad ha sido uno de los más cuestionados en relación a la adicción a las apuestas deportivas y las casas de juegos. Se le atribuye ser uno de los principales causantes de que esta dependencia al azar se haya propagado con tanta intensidad en los últimos años. Hugo Sáez, publicista nacido en Barcelona realizó uno de los mejores estudios del impacto de la publicidad en el juego. Según este, el aumento de ingresos y de jugadores en el mundo de las apuestas se debe, principalmente, a la legalización del juego y de las apuestas en España. En segundo lugar, se debe a que estas grandes empresas disponen de un gran capital para poder invertir en marketing y comunicación y su estrategia está funcionando. La inversión en publicidad, tanto en medios digitales como en convencionales, sumado al gasto en patrocinios deportivos (como vimos, la mayoría de equipos de Primera División patrocinan una casa de apuestas, a excepción de la Real Sociedad) ha ayudado muchísimo al enorme aumento de jugadores en nuestro país, y con ello, al aumento de beneficios, ya que la máxima es evidente, a más jugadores, más beneficio. Por otro lado, según afirma Hugo, la posibilidad de poder jugar en cualquier parte que ofrecen los Smartphone, también ha supuesto un contexto perfecto para el crecimiento del juego online.

Al igual que la mayoría de los expertos, afirma que una normativa que impidiera la publicidad de casas de apuestas en medios de comunicación, al menos, en horarios restringidos a jóvenes y adolescentes sería una medida que ayudaría a evitar la normalización del juego. En España, ya ocurrió algo similar con el alcohol y el tabaco, este último en 2005, siendo el juego el que debería seguir un camino similar siempre que la presión social y mediática sea suficiente fuerte.

Uno de los aspectos más importantes de este pequeño apartado del reportaje es conocer quién se lucra de la publicidad de las casas de apuestas, puesto que, como sucede en cualquier sector que invierte en publicidad, son varios los agentes que lo hacen. En primer lugar, las agencias de publicidad y medios que colaboran con las casas de apuestas para hacer sus campañas y cobran por ello. En segundo lugar, los medios de comunicación, que han aprovechado este boom para vender sus espacios, siendo los que se llevan la mayor parte. Por último, el tercer bloque que se beneficia es el conjunto de actores, futbolistas y famosos que reciben dinero por ser imagen de estas empresas. Es cierto que, posiblemente haya algún otro sector que se beneficie, sin embargo, estos son los tres más importantes y los que se llevan la parte más importante del pastel.

La “facilidad para hacer dinero” que te

venden los medios de comunicación influye de manera directa en la adicción a las apuestas deportivas. Tanto estos como la publicidad siempre han alterado la forma en la que se perciben los productos, servicios y personas que aparecen en ella. De este modo, si constantemente los anuncios de casas de apuestas y los medios de comunicación repiten el mensaje de que “es fácil ganar” y no existe un discurso público que se oponga, la gente que no conozca en profundidad cómo funciona esta industria probablemente se haga una idea equivocada de lo que supone jugar y comience a apostar.

Juan Carlos Centeno, Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla afirmó que, bajo su punto de vista, esta

actividad debería tener una regulación, puesto que si el juego tiene reglamentación, la publicidad también debería tenerla. Asimismo, considera esencial el efecto provocado por los personajes famosos, tales como Marco Asensio o Dani Carvajal, puesto que tienen un efecto imitativo, especialmente entre los jóvenes y adolescentes, quienes tienen una mayor capacidad para ser influidos.

Sin embargo, no cree que las empresas deban ver coartada su acción de un modo definitivo. Es decir, bajo su punto de vista, todas las empresas legales tienen derecho a anunciarse, por lo que debemos diferenciar entre tener limitaciones y que se pueda anunciar. Siempre que una empresa cumpla con los requisitos que se le piden, debe tener derecho a poder anunciarse en cualquier medio de comunicación.

El defensor del pueblo

El día 20 de abril se produjo otro avance en la lucha contra la proliferación de las casas de apuestas en las ciudades españolas. El defensor del pueblo emitió un comunicado en el que recomendaba al Gobierno estudiar, en colaboración con las comunidades autónomas, la prohibición total de la publicidad relacionada con el juego y de las apuestas en los medios de comunicación, radio, televisión e internet, salvo las loterías y apuestas de la Administración del Estado y la ONCE.

Ante la sabida complejidad de lo que se demanda, de no optarse por la prohibición completa, la Institución pide que se aumenten las franjas horarias en las que la publicidad queda prohibida, de modo que no alcancen los horarios infantiles, y que no pueda utilizarse como reclamo publicitario la imagen de personas con notoriedad pública. De este modo, se lucha contra la aparición de personajes como Marco Asensio o Dani Carvajal, quienes pueden

instar a los más pequeños a imitar sus actos. A pesar de que todos los casos deban ser estudiados, es evidente que se está poniendo un mayor empeño en paliar la evolución de jóvenes y adolescentes, quienes desde los doce o trece años son conscientes de qué es una casa de apuestas.

La unión de los equipos de fútbol y grandes empresas multinacionales con casas de apuestas es la tónica dominante en los últimos años. Kirolbet se convirtió en los últimos meses en el principal patrocinador de diversos equipos tanto de fútbol como de baloncesto vascos, como es el caso de Saski Baskonia, (principal equipo

“EN ESPAÑA TODOS SOMOS ENTRENADORES, SABEMOS QUIÉN VA A GANAR CADA PARTIDO”

de baloncesto vitoriano) y del Club Atlético Osasuna. Por su parte, Codere es patrocinador oficial del Real Madrid y el Valencia CF, mientras que Sportium ha sido patrocinador tanto de la Liga de Fútbol Profesional como de la Liga ACB.

La industria del juego puede llevar cantidades ingentes de sufrimiento detrás de las caras alegres de los futbolistas y presentadores que simulan ser felices detrás de las cámaras de televisión en anuncios publicitarios. Noches sin dormir, deudas, soledad, abandono del trabajo y de las familias, depresión, etc. son algunos de los síntomas que sufrirán aquellos que se adentren en un mundo del que es muy difícil escapar.

Diario de un ludópata

Por desgracia, son varias las personas que han sufrido las consecuencias y el impacto de la ludopatía en sus vidas. Sin embargo, es reseñable que, a pesar de la dificultad que conlleva, hay personas que han logrado salir de ese bache y convertirse automáticamente en jugadores rehabilitados. Es el caso de Santiago Caamaño, quien se ha convertido en un héroe gracias a su labor reivindicativa y activista que está ayudando a muchos jóvenes a salir de ese pozo en el que se han adentrado. Coruñés, de veinticinco años, Santiago confiesa que comenzó a jugar a la edad de catorce años, cuando se rodeaba de timbas y partidas de póker con sus amigos. Se trataba tan sólo del principio del fin, que prosiguió su camino con la ruleta y, finalmente, con las apuestas deportivas, llegando a acumular una cantidad jugada de más de setenta mil euros a la temprana edad de diecisiete años. “No todo el que juega se convierte en adicto, pero es cierto que sólo se convierte en adicto aquel que juega”. No se puede expresar mejor en qué consiste este “juego” que de la manera en la que lo hace Santiago. Al igual que típs-

ters y profesionales de las apuestas deportivas afirmaban, esta actividad puede llegar a convertirse en algo beneficioso económicamente, pero ese porcentaje de gente es tan pequeño como peligroso, de modo que tienes demasiadas posibilidades de caer en las garras de la ludopatía siempre que lo pruebes. Sólo aquel que no juegue ni haya jugado nunca, podrá estar seguro de no caer.

“El ludópata tiene ese don o defecto de saber mentir o saber manipular”. La sinceridad que aporta Santiago en su entrevista es dantesca, pero como él afirma,

siempre. Por suerte o por desgracia, hay una alarma social creada debido a los límites a los que está llegando la situación, incluyendo a jóvenes y centro escolares. Lo que la mayoría de profesores afirman, algo en lo que coinciden con las personas con las que se ha tratado es que la situación está muy normalizada en los centros escolares, donde es fácil escuchar por los pasillos hablar de cuotas, de favoritos y de cantidades jugadas, algo que, entre menores de edad, es ilegal.

La heroicidad del que gana es una de las consecuencias o de los motivos por lo cual

venes y adolescentes se encuentran es fundamental, sin embargo, hace falta un órgano de mayor calado al que puedan acudir estas personas cuando se vean sin fuerzas para luchar y seguir adelante.

El hecho de conocer de primera mano cómo se pasa y de haber vivido esa misma situación hizo que, José Jiménez, de quien hablábamos al comienzo del reportaje, creara en el año 1989 la Asociación Sevillana de Jugadores de Azar en Rehabilitación. En palabras de su director, surgió porque en Sevilla no había ningún centro para la ayuda a personas con problemas de ludopatía, de modo que todas las personas con algún problema de este tipo se veían obligadas a desplazarse hasta Córdoba para poder rehabilitarse. En el mes de julio cumplirán treinta años, y en la actualidad, además de dedicarse a la ludopatía también ayudan a personas con problemas de adicción comportamentales, como la adicción a las compras compulsivas, la adicción al sexo o a las nuevas tecnologías.

Como hemos podido comprobar con el resto de especialistas con los que se ha mantenido contacto, en los últimos tres años ha habido un incremento —especialmente— de personas jóvenes. Esto ha devenido gracias al cambio en la tipología del juego, puesto que mientras antes se trataba de algo básicamente presencial y de juegos que no atraían mucho a los jóvenes, actualmente la mayoría de los juegos que se practican son online.

“En este país todos somos entrenadores de fútbol, sabemos quién va a ganar y quién va a marcar los goles en cada equipo”, dice José Jiménez, quien achaca el mayor porcentaje de responsabilidad a la publicidad. Para él, las casas de apuestas en ningún momento te ofrecen la posibilidad de que puedas perder. Parece que te dicen que ganarás sí o sí, cuando realmente lo que te están vendiendo es que tienes un porcentaje de opciones de ganar. Para José, se están observando las primeras reacciones a las protestas y a la lucha por la desaparición de la ludopatía, puesto que —por ejemplo— la localidad sevillana de Alcalá de Guadaira ha manifestado recientemente la suspensión de concesión de licencias a locales de este tipo, con el fin de paliar su actividad.

El machismo, hasta en la ludopatía

Traté de preguntar, para especificar más aún la situación que vive actualmente el mundo de las apuestas deportivas, si acudían a terapia más hombres que mujeres. La respuesta que me llevé fue sorprendente... Sí, efectivamente acuden más hombres que mujeres, pero no hay más ludópatas masculinos que femeninos. No sólo se dejan ver más ellos que ellas en ASEJER, sino en todas las asociaciones de España. Por ello, uno de los objetivos que se plantean desde la Asociación Sevillana



sólo sacando a la luz los trapos sucios de la ludopatía y sin tener miedo al qué dirán es la única manera de poder ayudar a todos esos jóvenes y adolescentes que actualmente sufren las consecuencias negativas del juego. El ludópata desarrolla la capacidad de mentir y de salir de situaciones controvertidas, algo que sirve de retroceso en su intento de escapar de la adicción, ya que evitan cualquier tipo de ayuda por parte de familiares o amigos.

Dar charlas a jóvenes en institutos y colegios no sólo ayuda a rehabilitar la sociedad en la que nos hemos convertido, sino que también ayuda a Santiago a superar su adicción, ya que, a pesar de que lleve prácticamente dos años y medio sin jugar, como él reconoce, un ludópata lo es para

el ámbito de las apuestas deportivas se encuentra tan arraigado en España. Se ve a esa persona que gana dinero o dice ganar (porque, recordemos que son pocos los que verdaderamente lo hacen) como héroe, provocando una sensación de envidia por no ser capaz de ganar dinero sentado en el sillón. Esto te lleva a desarrollar un proceso de imitación, en el que buscas la fórmula para poder obtener beneficios de igual manera que aquellos que presumen de hacerlo.

ASEJER

La labor de exjugadores y ludópatas rehabilitados que, a través del relato de su historia ayudan a entender un poco mejor cuál es la situación en la que muchos jó-

es el de intentar que las mujeres den ese paso al frente y accedan a rehabilitarse. Sin embargo, José Jiménez achaca este proceso a la mentalidad llena de prejuicios que preside la sociedad actual, en la que, para una mujer, superar el estigma de ser señalada como una “viciosa” es muy difícil. Además, deben tomar la dura decisión de asumir que tiene un problema y que

mismo modo debería ocurrir con problemas de este tipo, puesto que si tus padres no te obligan, no vas a poner remedio.

La encuesta realizada y enviada a los jóvenes de las comunidades autónomas de Andalucía y Castilla La Mancha no deja lugar a las dudas. De las cuarenta y un respuestas obtenidas, un 70,7 % de los encuestados afirma haber realizado alguna

diez euros. Quizá, debido a que la edad media no supera los veintidós años de edad, siento tan sólo siete de los encuestados los que tienen mayor de veinticinco años. Como consecuencia, la economía de los jóvenes no suele poder permitir realizar apuestas de mayor calado. Aun así, los datos son positivos, puesto que sigue existiendo una pequeña minoría a la que la



debe enfrentarse a él sola, porque según cuenta el director de ASEJER, cuando son ellos quienes acuden a terapia, siempre tienen el respaldo de sus mujeres, sin embargo, cuando ocurre al contrario, sus esposos se van de la asociación como si fuera algo que no les incumba.

“UN 63,6% DE LOS ENCUESTADOS CREE TENER AMIGOS CON PROBLEMAS DE ADICCIÓN QUE NO SON CONSCIENTES”

La respuesta está en la educación

Todos coinciden en lo mismo... la respuesta a todos los problemas en esta vida está en la educación, esta es el primer eslabón de cara a sostener el incremento de jugadores. Parece que sólo aquellos padres cuyos hijos se han visto envueltos en asuntos de este tipo son los que deban cambiar la manera de educarles o quienes han cometido un error. Sin embargo, podemos observar cómo todos los padres, desde que sus hijos son bebés, les entretienen con una Tablet o con un dispositivo para que jueguen con el único fin de poder pasar un tiempo tranquilo. De este modo, un padre debe actuar siendo consciente de que la ludopatía es una enfermedad como cualquier otra. “Si tienes una pulmonía, tu padre te obliga a tomarte la medicación. Pues del

apuesta al menos una vez en su vida. Asimismo, todos ellos conocen personas que

lo hacen asiduamente e incluso, entre aquellos que afirman no haber jugado nunca, la mayoría asegura haber acompañado a amigos a alguno de estos salones de juego.

Amigos, familiares, los propios locales... son muchas las vías por las que puedes llegar a conocer el mundo de las apuestas deportivas, sin embargo, todos los encuestados tienen un enemigo común: la publicidad. Prácticamente la mitad de ellos afirma haber conocido el mundo de las apuestas deportivas a través de la publicidad. Asimismo, a pesar de que haya gente que afirma haber conocido este juego de azar a través de otro medio, todos han sido bombardeados por los anuncios publicitarios y todos ponen en la voz de Carlos Sobera su ya famoso lema “juega, juega, juega”.

Destacan los datos que afirman que nadie de los cuarenta y un encuestados ha jugado o apostado cantidad superior a los

adicción ha traspasado de tal manera que pueden llegar a robar para realizar apuestas de cantidades ingentes.

El kit de la cuestión llega al preguntar a los encuestados acerca de si conocen o tienen amigos con problemas. Un 65,9 % afirma tener amigos con problemas de adicción a las apuestas deportivas, y lo que es peor, un 63,6 % cree que ese amigo o conocido no es consciente del problema que tiene. En este caso podemos comprobar una de las máximas que venimos trabajando durante todo el reportaje: es muy fácil caer en las garras de la ludopatía, sin embargo, es muy complicado darse cuenta de que lo has hecho y poder escapar de ellas.

Las respuestas contra la publicidad son intangibles. Todos los encuestados han visto anuncios de apuestas deportivas en los descansos de algún evento, considerando a la publicidad como la gran culpable de esta sociedad del siglo XXI, puesto que además, se pronuncian de forma reiterada durante encuentros de fútbol, espacios televisivos cuya audiencia pertenece a todas las edades. Asimismo, un 86,4 % de los encuestados cree que se deben tomar medidas para paliar el auge de las apuestas deportivas, y el primer punto que debe tocarse es el de la publicidad.

Conclusiones

A pesar de la dificultad que conlleva esclarecer el difícil mundo de las apuestas deportivas, son varios los aspectos que podemos destacar a modo de conclusión, llegando al objetivo de cuáles son los principales problemas y causas de que las apuestas deportivas hayan aumentado en los últimos tres años llegando a alcanzar cifras tan desmedidas y de cuáles podrían ser las medidas que paliasen -puesto que acabar del todo con ellas sería muy complicado- la cantidad de vidas que este juego está atrapando.

En primer lugar, es necesario destacar que el mundo de las apuestas deportivas no es un problema para todo el mundo, de modo que hay ciertas personas, aunque el número sea muy reducido, que han logrado hacer un buen uso de ellas y se ganan la vida a través de sus recomendaciones. Sin embargo, aquí llega el primer condicionante de esta serie de personas conocidas como *tipsters*. Hay algunos que, de forma honrada y con trabajo, consiguen hacer un buen uso de esta acción y beneficiar a más gente con sus actos. Sin embargo, hay quienes conocen el problema que poseen las personas a las que aconsejan, haciendo un mal uso de sus *picks* o consejos y dejando mal a todo el núcleo de profesionales de las apuestas. Por tanto, siempre que se haga de forma honrada y con conocimiento de causa, la profesión del *tipster* podrá seguir ligada al mundo de las apuestas deportivas, puesto que, como decimos, este nunca podrá acabar del todo.

La publicidad es uno de los principales causantes del daño que está haciendo el mundo del juego, puesto que, gracias a ella se está consiguiendo tener una visión normalizada del juego, especialmente entre personas jóvenes y adolescentes, en las que hay una menor concienciación. Es evidente la necesidad de una mayor regulación de la publicidad ejercida por los medios de comunicación, así como un cambio de actitud por parte de los profesionales del deporte o de la televisión que son vistas como figuras y ejemplos a seguir. En publicidad todo vale, toda empresa que sea legal tiene derecho a ser anunciada en televisión y, de momento, las apuestas deportivas lo son. Sin embargo, ninguna ley explica que no pueda restringirse esa publicidad a ciertos ámbitos horarios, en los que jóvenes y adolescentes no vean la televisión y sólo aquellas personas que decidan jugar de una forma madura sean quienes los vean.

Evitar la proliferación de locales de este tipo es otro de los principales puntos a tener en cuenta para acabar con la masiva audiencia que tienen los juegos de azar. Es cierto que, actualmente, todo aquel que navega por la red puede toparse con las casas de juego y con las apuestas deportivas, sin embargo, es mucho más fácil que lo haga

si, nada más salir del colegio o del instituto se topa con hasta cuatro o cinco casas de apuestas de camino a casa. Por tanto, no sólo debería existir un control más específico sobre la concesión de licencias para construir nuevas casas de apuestas, sino que debería regularse la localización de las mismas, de modo que no hubiera ningún local de este tipo a una distancia equilibrada de un colegio o instituto. De este modo, se evitaría que en los colegios se hablase de forma corriente de apuestas, de probabilidades y de dinero jugado. Por otro lado, como afirman muchos de los vecinos que se han echado a la calle manifestándose en los últimos meses, la multiplicación de locales de este tipo está significando la desaparición de lugares

“PODER JUGAR EN CUALQUIER LADO GRACIAS A LOS SMARTPHONES HA INFLUIDO EN EL CRECIMIENTO”

como cines o bibliotecas, que están perdiendo su hueco debido a la falta de beneficios por parte de los empresarios.

A pesar de que muy pocas personas estén preparadas para introducirse en el mundo de las apuestas deportivas, es evidente que los jóvenes y adolescentes menores de edad son los que menos lo están. Como concluían varios de los psicólogos entrevistados, hasta los veintidós años la conciencia no está formada del todo, de modo que a una edad inferior a esta las personas son mucho más vulnerables y no son responsables. El control de personas que entran en este tipo de locales debería

la vida, porque la ludopatía, es una enfermedad que nunca se supera.

Asimismo, es duro asimilar que tu mejor amigo, que tu hijo o que tu hermano es una de las tantas personas que ha caído en las garras de la tentación y las apuestas deportivas y que lo haya hecho con esa fuerza. Sin embargo, más duro es para la propia persona asumir que es un ludópata, que tiene una enfermedad y que necesita terapia de rehabilitación para curarse. En la mayoría de los casos, hemos observado que son varios los meses que pasan entre que tu adicción se vuelve una realidad y el día en el que esa persona decide pedir ayuda y aceptar que tiene un problema. Es por ello que, a pesar de la crueldad que conlleva este proceso, jamás debes dejar

de lado a una persona que quieres. Por mucho que la frustración te invada, el ludópata debe sentirse apo-

yado por familiares y amigos, porque sólo con la ayuda de todos podrá salir del pozo en el que se ha visto inmerso.

Las apuestas deportivas mueven en la actualidad cantidades ingentes de dinero, habiéndose convertido en una de las industrias más grandes de España. Los locales de este tipo han invadido las ciudades y hasta los municipios de la Península Ibérica, habiendo quitado hueco a otro tipo de industria como es la cultura. Si bien, es preciso conocer que, como dijo Aristóteles, la virtud está en el término medio. Las apuestas deportivas pueden ser tomadas como un hobby, a sabiendas de que puede



ser mucho más exhaustivo de lo que es actualmente, porque a pesar de que en la mayoría de locales se exige documentación para poder entrar, son muchos los locales en los que niños de cualquier edad se cue- lan sólo por tener una apariencia similar a la de un adulto. Comenzar a jugar a una edad temprana puede ser devastador, porque con pocos años puedes llegar a acumular deudas insalvables para el resto de tu vida. Por otro lado, como decía Santiago Caamaño, un jugador lo es para toda

convertirse en un problema. Si bien, en el momento en que realizar apuestas deportiva de forma diaria o semanal haya dejado de ser una afición, es el momento de retroceder y dejarlo de lado.

Como resultado de entrevistas, visualizaciones y lecturas, sacamos la conclusión de que la solución radica en educar. Es el mensaje al que han llegado tanto *tipsters*, como abogados o psicólogos, quienes ven en la enseñanza la mejor manera de luchar contra estas grandes multinacionales.